

6. SÉRIE TIRÉE DES ESSAIS DE MISE EN COMMUN DE TERMES EN VRAC SE RÉFÉRANT AUX ACTEURS, AUX NOTIONS EMPRUNTÉES AU SOCIAL, AU POLITIQUE, À L'ÉDUCATION, À LA TERMINOLOGIE COURANTE DE LA MUSÉOLOGIE ADAPTÉE AUX PRÉSUPPOSÉS DE LA MUSÉOLOGIE SOCIALE

1. ACTEURS

POPULATION = Terme générique pour désigner l'adhésion d'une population, ou d'un groupe significatif de citoyens d'un territoire d'appartenance, au projet de muséologie sociale. Celle-ci se mesure par le degré de participation, d'implication et de vision partagée, d'interaction au sein de la collectivité territoriale, son fief.

PARTICIPANTS = Sont les acteurs actifs au sein de la population adhérente, partie prenante au projet de muséologie sociale. La participation se mesure selon le degré d'implication dans le projet et de compréhension de celui-ci (Intérêt, gestion partagée, militance, volonté de capacitation...)

COOPÉRANT = Par solidarité, par engagement, il s'insère dans le système de l'action coopérative, possédant ses règles propres, offrant sa contribution à l'unité de production conciliant la dimension sociale (de la muséologie), son idée au regroupement de personnes désireuses de contribuer à la production commune de biens de qualité au service de la population dont ils sont issus.

MILITANT = Muséologue ou apprenti muséologue qui accepte de mettre le travail muséal, dans son acception la plus large, au service

d'une cause déterminée par un projet social ou politique. Le militant est celui qui par son engagement personnel auprès d'une collectivité, quelques soient ses qualifications ou son origine, y consacre de façon substantielle sa vie en assumant les risques qui se rattachent à la défense d'un idéal partagé de transformation,

PROMOTEUR COMMUNAUTAIRE = Muséologue, travailleur coopérant ou militant qui travaille selon les méthodes et l'éthique de l'action communautaire, comprenant, entre autres, l'éducation populaire. Le promoteur joue, en quelque sorte et dans une certaine mesure le rôle du leader. Il est l'équivalent, dans la muséologie sociale, de l'agent de marketing de la muséologie standard.

NOUVEAU MUSÉOLOGUE = Muséologue qui adhère aux principes directeurs du MINOM, soit, entre autres, la primauté de l'humain sur l'objet, du processus de capacitation sur le résultat matériel, du changement sur l'institutionnalisation, de la mouvance sur les formules consacrées. Comme tout muséologue, ne se considérant pas comme un simple technicien, il se doit de justifier les positions adoptées, de définir la nature de son travail.

2. TERMES COMMUNS

MUSÉOLOGIE = Ensemble de moyens mis à contribution par l'intermédiaire du processus de révélation et de communication pour le partage des ressources emblématiques d'une communauté territoriale, celles-ci servant de points de repères symboliques sur l'évolution d'un groupe sociétaire, de guides pour l'auto-appréciation dans le contexte d'une conscience universelle partagée.

Se référer également à la SÉRIE D' ESSAIS TIRÉS DU PRÉCIS DE PSYCHOSOCIOLOGIE DE L'ECOMUSÉE (Mayrand, 2004, Recueil des expressions et petit lexique des muséologies sociales, pp 23-32, ULHT, 22)